

**SOCIAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION
AN ANALYSIS OF STATE OF THE ART BASED ON SYNTHETIC SCOPING REVIEW**

Ivan Yulivan^{1*}, Nur Dina², Iwan Sukoco³, Margo Purnomo⁴, Dian Fordian⁵

¹ Program Studi Ekonomi Pertahanan, Universitas Pertahanan, Sekolah Tinggi Intelijen Negara

² Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi UniSadhuGuna, ^{3,4,5}Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

E-mail : ivany_lecture@stin.ac.id¹, nurdina@ubs-usg.ac.id², iwan.sukoco@unpad.ac.id³,
purnomo@unpad.ac.id⁴, d.fordian@unpad.ac.id

ABSTRACT

The purpose of the research using the synthetic scoping review method is to reveal state-of-the-art of entrepreneurial orientation study in social entrepreneurship context. This research was carried out in a mixed method approach with three stages, namely systematic review and scoping review as a qualitative approach and bibliometric mapping with co-occurrence analysis as a quantitative approach. The results of a systematic review show that a social entrepreneurial orientation has been initiated since 2002.. The European Union and quantitative research dominate. The results of the scoping review reveal seven dimensions of entrepreneurial orientation that are typical with social entrepreneurship context. Furthermore, the results of the co-occurrence analysis raise five major themes, namely 1) the effect of social entrepreneurial orientation on entrepreneurial financial performance, 2) economic performance and social performance, 3) Social entrepreneurial orientation in sociopreneurship practice, 4) the antecedent and consequent of the strategic domain of social entrepreneurial orientation and 5) Social entrepreneurial orientation in knowledge spillover theory of entrepreneurship. Based on results, this article contributes to new research opportunities on social entrepreneurial orientation study.

Keywords : social entrepreneurship, dimension of social entrepreneurial orientation, non-profit, entrepreneurship

**ORIENTASI ENTREPRENEURIAL SOSIAL
ANALISIS STATE OF THE ART BERDASARKAN SYNTHETIC SCOPING REVIEW**

ABSTRAK

Tujuan penelitian dengan metode *synthetic scoping review* disini adalah mengungkap kondisi terkini (*state-of-the-art*) kajian orientasi *entrepreneurial* dalam konteks *entrepreneurship* sosial. Penelitian dilakukan dengan pendekatan *mixed method* dalam tiga tahap, yaitu *systematic review* dan *scoping review* sebagai pendekatan kualitatif dan *bibliometric mapping* dengan analisis *co-occurrence* sebagai pendekatan kuantitatif. Hasil *systematic review* menunjukkan bahwa orientasi *entrepreneurial* sosial telah digagas sejak 2002. Uni Eropa dan penelitian kuantitatif mendominasi. Hasil *scoping review* memunculkan tujuh dimensi orientasi *entrepreneurial* yang khas dalam konteks *entrepreneurship* sosial. Selanjutnya, hasil analisis *co-occurrence* memunculkan lima tema besar, yaitu 1) pengaruh orientasi *entrepreneurial* sosial terhadap kinerja keuangan *entrepreneurial*, 2) kinerja ekonomi dan kinerja sosial, 3) orientasi *entrepreneurial* sosial dalam praktik *sociopreneurship*, 4) anteseden dan konsekuen domain strategis orientasi *entrepreneurial* sosial, dan 5) orientasi *entrepreneurial* sosial dalam *knowledge spillover theory of entrepreneurship*. Berdasarkan hasil tersebut, artikel ini berkontribusi membuka peluang penelitian baru dalam kajian orientasi *entrepreneurial* sosial.

Kata kunci : *entrepreneurship* sosial, dimensi orientasi *entrepreneurial* sosial, nirlaba, *entrepreneurism*

PENDAHULUAN

Kajian *entrepreneurship* tumbuh dan berkembang dengan pesat di tengah multi krisis serta dinamika sosial baik pada skala lokal, nasional maupun global sejak sekitar dua dekade terakhir. Pertumbuhan dan pengembangan kajian *entrepreneurship* tersebut secara eksploitatif berdampak pada munculnya konsep-konsep baru, kosa kata baru maupun teori baru di bidang *entrepreneurship*. Sementara secara eksploratif, *entrepreneurship* berkembang lebih kontekstual. Misalnya 91 bentukan kata *entrepren*+sufiks (Purnomo, 2021), *engineering entrepreneurship* (Purzer *et al.*, 2016), *entrepreneurial public policy* (Mintrom, 2019), teori *entrepreneurship* politik (McCaffrey & Salerno, 2011). Tokoh “*entrepreneur*” tidak hanya dalam arti orang/individu, tetapi pelakunya bisa sebuah kelompok (Sangvikar., 2019), lembaga pemerintahan lokal (Kang, *et al* 2016), atau komunitas (Argyrou & Hummels, 2019). Kondisi demikian merekomendasikan perlu adanya penelitian menyeluruh atas aneka kata, konsep dan teori baru yang lahir karena adanya fenomena *entrepreneurship* kontekstual.

Salah satu fenomena *entrepreneurship* kontekstual yang saat ini sedang memperoleh perhatian besar adalah *entrepreneurship* sosial (ES) atau *sociopreneurship* (Lehtimäki *et al.*, 2021; Toker, 2021). Seperti halnya pada bidang studi *entrepreneurship* pada umumnya, unit analisis dalam bidang studi *sociopreneurship* dapat didekati di tingkat individu (Ismail *et al.*, 2014) maupun pada tingkat kelompok (Bhushan, 2018) atau organisasi (Mulyaningsih & Ramadani, 2017). Pada tingkat individu, ES diamati pada seseorang *Sociopreneur*. Sementara pada tingkat kelompok atau organisasi, tokoh utama *Sociopreneur* diperankan kelompok atau organisasi. Dalam praktiknya, peneliti, akademisi maupun praktisi memiliki permasalahan tentang: apa saja indikasi yang dapat digunakan untuk mengukur seseorang, kelompok atau sebuah organisasi yang mengemban misi sosial termasuk dalam kategori *entrepreneurial*? Menjawab pertanyaan tersebut berhubungan erat dengan variabel orientasi *entrepreneurial* sosial (OES) pada bidang studi *Sociopreneurship*. Dalam penelitian *Sociopreneurship*, OES ditemukan

sebagai prediktor penting terhadap kinerja *entrepreneurial* individu, kelompok ataupun organisasi yang mengemban misi sosial (Alarifi *et al.*, 2019)

Selanjutnya observasi awal Penulis lakukan terhadap variabel OES dalam basis data online <https://scholar.google.co.id> dan <https://www.scopus.com>. Observasi dilakukan dengan memanfaatkan operator pencarian tanda kutip (“...”). Istilah yang dieksekusi adalah “*social entrepreneurial orientation*”. Berdasarkan pengamatan pada hasil pencarian di kedua basis data, Penulis mengidentifikasi ada kesenjangan teoritis dan empiris dalam mengkaji OES, yaitu:

1. OES merupakan pengembangan dari variabel OE dalam konteks *entrepreneurship* bisnis. Berdasarkan observasi awal secara online, baik pada <https://scholar.google.co.id> dan <https://www.scopus.com>, Penulis temukan awal terdata digunakan oleh Meredyth *et al.* (2002) untuk menjelaskan tentang variabel OE dalam konteks ES. Publikasi kedua dalam *Scopus* oleh Hu & Pang (2013) dan ketiga oleh Kraus *et al.* (2017) sebagai pemegang sitasi tertinggi dalam *Scopus* (38 sitasi, dalam *scholar.google* 70 sitasi) dengan judul “*Social entrepreneurship orientation: development of a measurement scale*”. Sitasi tertinggi publikasi OES sebanyak 126 sitasi di pegang oleh publikasi tidak terindeks *Scopus* yaitu Dwivedi & Weerawardena (2018) dengan judul “*Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct*”. Kedua publikasi tersebut terindikasi menjadi momentum perhatian dan pengungkit peningkatan publikasi OES. Sehingga secara historis, OES sebagai sebuah variabel merupakan variabel baru matang dikonsepsikan dalam lima tahun terakhir. Karena itu perlu diuji dan dikembangkan lebih lanjut baik secara empiris maupun teoritis yang khas dalam konteks ES.
2. Secara empiris publikasi kajian OES baru ditemukan 11 dokumen dalam basis data publikasi ilmiah *Scopus* sejak tahun 2002 hingga saat observasi awal penelitian ini dilakukan (10 Juli 2021), sementara dalam *scholar.google* baru ada 192 dokumen

(observasi awal mengabaikan duplikasi data dan relevansi publikasi). Penulis menemukan banyaknya pengakuan dari para peneliti OES seperti Pinheiro *et al.* (2021), Bull & Whittam (2021), do Adro *et al.* (2021), Al-Tabbaa *et al.* (2021), Rey-Martí *et al.* (2021) dan Alarifi *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa pengukuran variabel OES umumnya merujuk pada dimensi dan indikator orientasi *entrepreneurial* (OE) dalam konteks *entrepreneurship* bisnis. Kondisi tersebut selain merupakan kritisi untuk perbaikan kajian OES ke depan, juga menjadi indikasi peluang untuk menggali dan mengakumulasi kajian OE sebelumnya yang tidak melibatkan istilah “orientasi *entrepreneurial* sosial” namun diteliti dengan unit analisis individu, kelompok/organisasi yang melakukan aktivitas *entrepreneurial* dengan mengemban misi sosial.

OES sebagai variabel yang baru dikonsepkan, masih membutuhkan uji empiris dengan menggunakan berbagai pendekatan dan metode ilmiah dalam berbagai lokus dan setting penelitian dalam kajian ke depan. Karena itu penting untuk mengkonsolidasikan penelitian OES terdahulu yang spesifik dalam konteks ES. Berdasarkan kesenjangan yang telah dijelaskan di atas, Penulis selanjutnya melakukan penelitian *synthetic scoping review* pada dokumen publikasi ilmiah OES. Penggunaan metode tersebut dipandang cocok untuk memetakan literatur terdahulu dan membangun sintesa dalam variabel OES. Tujuan penelitian *synthetic scoping review* pada artikel ini adalah memetakan keanekaragaman dimensi OES pada tingkat individu dan organisasi, serta melakukan pemetaan *bibliometric mapping* dengan analisis *co-occurrence* untuk mengetahui *state-of-the-art* tema publikasi ilmiah yang melibatkan OES. Berdasarkan tujuan tersebut, artikel ini berkontribusi membuka celah peluang penelitian baru terhadap OES pada bidang studi ES.

TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Entrepreneurial

Orientasi Entrepreneurial (OE) adalah proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang terjadi secara *entrepreneurial* (Lumpkin & Dess, 1996). OE pada tingkat

organisasi didefinisikan sebagai “*behavioral patterns whose presence enables entrepreneurship to be recognized as a defining attribute of the firm*” (Covin & Lumpkin, 2011). Secara tradisi dalam *entrepreneurship* bisnis, ada dua pendekatan penting dalam mengkaji OE (Covin & Lumpkin, 2011, McKelvie *et al.*, 2011). Pertama, OE dipandang sebagai *one-dimensional construct* (Covin & Slevin, 1989; Miller, 1983, Miller & Miller 2011, McKelvie *et al.*, 2011). OE dalam pendekatan *one-dimensional construct* menunjukkan sejauh mana manajer dalam mengelola organisasi bersedia mendukung perubahan dan inovasi, mengambil risiko, dan bertindak proaktif dibandingkan dengan organisasi lain. Artinya, dimensi *innovativeness*, *proactiveness* dan pengambilan risiko (Covin & Slevin, 1989; Miller, 1983, 2011, McKelvie *et al.*, 2011) harus ada dalam organisasi sampai batas tertentu. Tidak adanya satu dimensi akan cukup untuk menetapkan bahwa organisasi tidak berorientasi *entrepreneurial* (Covin & Lumpkin, 2011; Miller, 1983).

Pendekatan kedua, OE didekati sebagai *multidimensional construct* (Covin & Lumpkin, 2011; Lumpkin & Dess, 1996; Morris *et al.*, 2011; McKelvie *et al.*, 2011). Dalam pendekatan ini, OE dapat dipandang berorientasi *entrepreneurial* apabila dibangun oleh kombinasi dua dimensi atau lebih secara *independent*, tergantung pada lingkungan dan konteks (Covin & Lumpkin, 2011; Lumpkin & Dess, 1996). Dalam pendekatan kedua ini, OE didekati secara multi dimensi diusulkan oleh Lumpkin & Dess (1996) dengan melibatkan dimensi otonomi dan *competitive aggressiveness*. Oleh karena itu, kehadiran kelima dimensi OE, secara *independent* (bukan sebagai satu kesatuan dimensi) atau diperlakukan sebagai sub variabel, dalam tingkat yang rendah atau tinggi, sudah dapat menjadi indikasi yang menunjukkan seberapa besar organisasi berorientasi *entrepreneurial* (Lumpkin & Dess, 1996).

Selanjutnya, Covin & Lumpkin (2011) menyarankan agar dalam menyikapi adanya dua pendekatan dalam mengkonstruksikan OE sebaiknya peneliti tidak mengunggulkan yang satu dan mengorbankan yang lain. Pemerhati

dan peneliti OE harus mengenali kekhususan kedua pendekatan dan mempertahankan konstruksi OE yang digunakan dalam penelitiannya (Covin & Lumpkin, 2011).

Orientasi Entrepreneurial Sosial

Berdasarkan tinjauan pustaka secara online seperti dijelaskan pada bagian pendahuluan, Penulis menemukan 13 istilah terkait OE dalam konteks sosial. Walaupun jumlah data pada Tabel 1 merupakan data yang rentan dengan duplikasi dokumen, namun menjadi indikasi awal adanya inkonsistensi dalam penggunaan istilah dalam praktik penelitian, pendidikan maupun praktik lapangan. Sementara dalam *entrepreneurship* bisnis, OE konsisten disebut dan dituliskan dengan “*entrepreneurial orientation*”. Selain terlihat dari inkonsistensi penggunaan istilah,

penggunaannya juga tumpang tindih antara satu istilah dengan istilah yang lain. Misalnya Kraus dalam Gali (2021) menggunakan istilah “*social entrepreneurship orientation*”, sementara saat menulis bersama dalam do Adro *et al.* (2021) menggunakan istilah “*non-profit entrepreneurial orientation*”. Demikian juga Al-Tabbaa *et al.* (2021), penggunaan dalam judul menggunakan istilah “*nonprofit entrepreneurial orientation*” sementara dalam pembahasan menggunakan istilah “*social entrepreneurial orientation*”. Purnomo (2021) menemukan bahwa perbedaan sufiks pada kata dasar *entrepreneur* menunjukkan makna yang berbeda. Karena itu, perbedaan istilah OE dalam konteks sosial dipertimbangkan berpotensi membingungkan bagi pengguna publikasi ilmiah, akademik maupun praktik.

Tabel 1. Perbedaan Istilah Orientasi Entrepreneurial Social

No	Aneka Macam Istilah Yang Ditemukan	Tahun Awal Teridentifikasi	Teridentifikasi Online dalam:
1	<i>Nonprofit entrepreneurial orientation</i>	Coombes (2008)	12 dokumen
2	<i>Nonprofit's entrepreneurial orientation</i>	Ochs (2012)	2 dokumen
3	<i>Non-profit entrepreneurial orientation</i>	Dwivedi & Weerawardena (2018)	3 dokumen
4	<i>Social entrepreneurial orientation</i>	Meredyth <i>et al.</i> (2002)	195 dokumen
5	<i>Social entrepreneurship orientation</i>	Home (2009)	192 dokumen
6	<i>Non profit Organizations/NPO's entrepreneurial orientation</i>	Coombes <i>et al.</i> (2011)	2 dokumen
7	<i>Entrepreneurial orientation in social enterprises</i>	Syrjä <i>et al.</i> (2013)	31 dokumen
8	<i>Entrepreneurial orientation in social entrepreneurship</i>	Syrjä <i>et al.</i> (2013)	1 dokumen
9	<i>Entrepreneurial orientation in social context</i>	Syrjä <i>et al.</i> (2013)	7 dokumen
10	<i>Entrepreneurial orientation in social business</i>	Carmona <i>et al.</i> (2020)	2 dokumen
11	<i>Entrepreneurship orientation in social entrepreneurship</i>	Satar & Natasha (2019)	2 dokumen
13	<i>Individual social entrepreneurship orientation</i>	Satar & Natasha (2019)	1 dokumen
14	<i>Individual social entrepreneurial orientation</i>	Garçon <i>et al.</i> (2021)	1 dokumen

Keterangan:

Eksekusi string pencarian: 10 Juli 2021

Sumber: <https://scholar.google.co.id>

Keanekaragaman di atas dimungkinkan karena kajian OES masih baru. Penelitian OES merupakan penelitian yang baru tumbuh dan dimulai sejak dua dekade terakhir (Lacerda *et al.*, 2015; Morris *et al.*, 2007; Voss *et al.*, 2005). Penelitian umum dilakukan dengan mengadopsi dimensi OE dalam konteks *entrepreneurship*

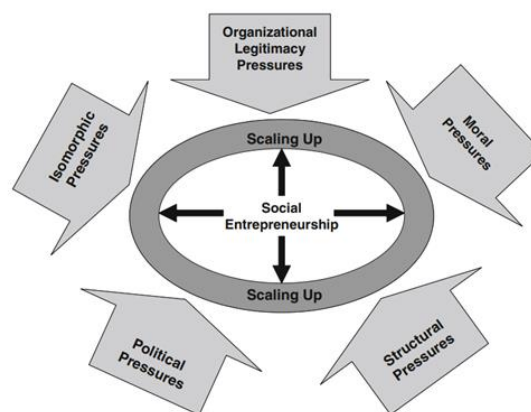
bisnis guna mengidentifikasi kehadiran perilaku atau aktivitas *entrepreneurial* dalam ES (Lumpkin *et al.*, 2013). Dimensi *innovativeness*, *proactiveness*, dan *risk-taking* merupakan dimensi-dimensi yang paling banyak memperoleh perhatian (Hu & Pang, 2013; Morris *et al.*, 2011), dibandingkan dengan

dimensi *competitive aggressiveness* dan *autonomy* (Lumpkin *et al.*, 2013; Pearce II, Fritz, & Davis, 2010; Voss *et al.*, 2005). Walaupun demikian, keagresifan berkompetisi dan otonomi tetap diperlukan dan keberadaannya dipengaruhi oleh karakteristik individu maupun organisasi.

ES dalam praktiknya menghadapi berbagai tekanan seperti digambarkan Sud *et al.* (2009). ES menghadapi tekanan struktural, politik, moral, legitimasi organisasi dan isomorfis (Gambar 1). Pada kondisi demikian, individu dan organisasi yang mengemban misi sosial cenderung mengadopsi ES sebagai strategi dan berperilaku. Terkait dengan OES, pengembangan OES direkomendasikan oleh Helm & Anderson (2010) yang menyatakan bahwa ada perilaku lain yang dapat memperluas konseptualisasi OES selain yang telah mapan

saat ini. Kajian OES hingga saat ini dinilai jarang mengadaptasi skala pengukuran yang merefleksikan perbedaan tentang seperti apa *entrepreneurship* dimanifestasikan dalam konteks sosial yang berbeda-beda (Hu & Pang, 2013; Lumpkin *et al.*, 2013; Morris *et al.*, 2011; Schmidt *et al.*, 2015). Misalnya, perbedaan dalam misi organisasi (Dacin *et al.*, 2010; Lumpkin *et al.*, 2013). Individu atau organisasi sendiri berbeda-beda misi sosialnya. Perbedaan misi berpengaruh pada perbedaan karakteristik operasi (Mort *et al.*, 2003). Karena itu, menjadi indikasi perlunya ada penelitian lebih lanjut tentang OES yang mempertimbangkan perbedaan konteks. Salah satu upaya yang dapat ditempuh adalah mengkonsolidasikan aneka temuan dimensi OES (Lumpkin *et al.*, 2013; Morris *et al.*, 2011).

Gambar 1. Tekanan Dalam Entrepreneurship Sosial



Sumber: Sud *et al.* (2009)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah *synthetic scoping review* (Kokol, 2018). Metode penelitian disini merupakan metode penelitian campuran yang menggabungkan pendekatan kualitatif (*systematic review dan scoping review*) dan kuantitatif (*bibliometric analysis dengan metode analisis co-occurrence*). Analisis *co-occurrence* dipilih karena penulis bermaksud melakukan analisis tematik guna mengidentifikasi tema-tema yang muncul dalam

penelitian OES terkini. Menurut Braun & Clarke (2006) analisis tematik adalah “*a tool commonly used for identifying, analyzing, and reporting patterns (themes) within the data*”. Tahapan *synthetic scoping review* merujuk pada Kokol *et al.* (2018) dilakukan sebagai berikut:

Tahap mengidentifikasi pertanyaan penelitian

1. Seperti apa peta deskriptif publikasi ilmiah OE dalam konteks organisasi non-profit?

2. Apa saja dimensi yang terlibat dalam variabel OES pada organisasi non-profit?
3. Seperti apa tema yang muncul dalam penelitian OES pada organisasi non-profit?

Tahap mencari publikasi yang relevan secara sistematis

Pada tahap ini *systematic review* dijalankan. Metode tersebut dipandang sebagai metode penelitian pustaka dengan protocol yang ketat, transparan, dan *replicable* berdasarkan pada basis data yang terpercaya (Linde & Willich, 2003; Wolfswinkel *et al.*, 2013). Pada tahap pertama, merumuskan string pencarian. Perumusan mempertimbangkan temuan pada Table 1 dan perkembangan 91 bentukan kata pada *entrepren*+sufiks (Purnomo, 2021). Perumusan kata kunci pencarian pada Tabel 2

dilakukan dengan melibatkan Boolean ‘AND’ serta ‘OR’. Kedua, menetapkan waktu dan tempat/basis data. Eksekusi String Pencarian dilakukan tanggal 13 Juli 2021 di <https://www.scopus.com> pada bagian judul, abstrak dan kata kunci. Scopus dipilih karena merupakan basis data publikasi ilmiah internasional yang dipandang bereputasi. Area pencarian pada bagian abstrak, judul, dan kata kunci dipertimbangkan sebagai bagian yang didalamnya merupakan lumbung kata dan istilah yang mampu diidentifikasi oleh mesin pencari untuk menangkap dokumen yang diharapkan. Hasil total pencarian diperoleh 417 dokumen yang berpotensi relevan (Tabel 2).

Tabel 2. Perumusan String Pencarian

No	Kata Kunci Pencarian	Pertimbangan
1	"entrepren* orientation"	Kata kunci pencarian utama Mencakup semua bentukan kata <i>entrepren</i> +sufiks, dan dipertimbangkan dapat menangkap aneka istilah pada Tabel 1.
2	social* OR "social problem" OR "social orientation" OR "social entrepren*" OR "social venture" OR "social opportunit*" OR "social interest" OR "social issue" OR "social value" OR "social action" OR nonprofit* OR non-profit* OR "social organi?ation" OR "non profit organi?ation*" OR "non-profit organi?ation" OR "social enterpri*" OR "social institu*" OR "not for profit*" OR "not-for-profit*"	Kata kunci tambahan untuk menangkap konteks sosial
3	String Pencarian Final dirumuskan sebagai berikut: "entrepren* orientation" AND (social* OR "social problem" OR "social orientation" OR "social entrepren*" OR "social venture" OR "social opportunit*" OR "social interest" OR "social issue" OR "social value" OR "social action" OR nonprofit* OR non-profit* OR "social organi?ation" OR "non profit organi?ation*" OR "non-profit organi?ation" OR "social enterpri*" OR "social institu*" OR "not for profit*" OR "not-for-profit*")	
4	<p>Hasil eksekusi pencarian disampaikan sebagai berikut:</p>	

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Ketiga, menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi. Tahap ini dilakukan untuk menyaring dokumen yang dilibatkan dalam penelitian disampaikan dalam Tabel 3. Mempertimbangkan tren

penelitian sedang dalam fase awal tumbuh, Penulis tidak membatasi waktu publikasi dokumen.

Tabel 3. Kriteria Inklusi

No	Kriteria Inklusi	Dokumen Tersaring
1	Artikel berbahasa Inggris	410 dokumen
2	Artikel dalam tipe dokumen jurnal ilmiah dan konfrensi yang telah di review	379 dokumen
3	Pengecekan judul dan abstrak relevan dengan kajian orientasi entrepreneurial dalam konteks sosial dengan indikasi pada artikel dengan jelas: Mengkaji orientasi entrepreneurial Relevan dengan ES Aktivitas entrepreneurial secara nirlaba Menyatakan isu sosial, masalah sosial, atau dampak sosial Prioritas pada misi sosial Memanfaatkan aktivitas bisnis untuk meraih dampak sosial Jika berorientasi laba, laba di reinvestasikan pada organisasi/komunitas untuk meraih tujuan sosial	114 dokumen

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Tahap memetakan metadata publikasi ilmiah

Tahap ini merupakan tahap sintesa pada metadata yang memenuhi kriteria inklusi. Pertama, metadata publikasi dianalisis terlebih secara umum dengan analisis *systematic review*, yaitu deskripsi dinamika tahunan produksi karya ilmiah, mengidentifikasi negara, yang paling produktif mengkaji OES. Selanjutnya, analisis

scoping review dilakukan untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi yang terlibat dalam variabel OES. Tahap ketiga, analisis *bibliometric* dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak VOSViewer versi 1.6.16 yang dirilis pada 25 November 2020.

Tabel 4. Penertiban Kata Kunci Dalam Co-Occurrence Analysis

Area Penertiban Kata Kunci	Sebelum Kata Kunci Ditertibkan	Setelah Kata Kunci Ditertibkan	Kata Kunci Dari Judul
Kata kunci dari penulis	367 kata kunci	293 kata kunci	-
Kata kunci indeks	230 kata kunci	192 kata kunci	-
Kata kunci dari judul	-	-	246 kata kunci
Kata kunci gabungan dari penulis dan indeks	510 kata kunci	428 kata kunci	-
Kata kunci gabungan dari penulis, indeks dan judul (Total Unit Analisis)	-	-	554 kata kunci

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

VOSviewer di unduh di <https://www.vosviewer.com> telah digunakan untuk membuat peta bibliometric atau lanskap ilmu pengetahuan (science landscape) dalam berbagai penelitian (Eck & Waltman, 2014). Analisis *Bibliometrik* yang dipilih adalah analisis *co-occurrence*. Analisis tersebut merupakan salah satu metode analisis kuantitatif

dalam thematic analysis untuk memperoleh *highlight* kondisi tema terkini yang muncul dalam suatu kajian (Kokol *et al.*, 2018). Deskripsi parameter yang diaplikasikan dalam analisis *co-occurrence* pada perangkat lunak VOSviewer (Tabel 5).

Tabel 5. Parameter Dalam Analisis Co-occurrence

No	Keterangan	Keputusan	Output
1	Tipe analisis	Co-occurrence analysis	-
2	Unit analisis	Semua kata kunci	-
3	Metode perhitungan	Full counting method	554 kata kunci
4	Threshold	Minimum occurrences sebuah kata kunci: 2	97 kata kunci
5	Jumlah kata kunci dilibatkan	Semua kata kunci dilibatkan	97 kata kunci
6	Verifikasi kata kunci	97 kata kunci diverifikasi dan dipilih	97 kata kunci
7	Analisis	Minimum ukuran kluster: 11 kata kunci	5 kluster
		Link	818
		Total link strength	1251

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Sebelum data diolah, dilakukan penertiban kata kunci. Hal tersebut merupakan intervensi untuk menyeragamkan penulisan pada metadata dengan memanfaatkan aplikasi Excel.csv. Penertiban dilakukan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Penertiban penulisan data kata kunci. VOSviewer mengidentifikasi data berbeda pada kata kunci yang sama namun ditulis berbeda sehingga terjadi duplikasi data. Karena itu, sebelum diolah penertiban keseragaman penulisan data setiap *item* kata kunci diperlukan. Misalnya, penertiban kata kunci: “*non-profit organization*”, merupakan penyeragaman dari penulisan: *non-profit organization*; *nonprofit organization*; *Non-profit-organization*; *Nonprofit organization*; *Non-Profit Organization*; *NONPROFIT ORGANIZATION*; *NON-PROFIT ORGANIZATION*; *Non-Profit-Organization*; *non-profit organisation*; *NON-PROFIT ORGANISATION*.
2. Aneka istilah lain yang semakna, misalnya: organisasi non profit, namun dalam bentuk kata yang berbeda, seperti: *not for profit organization*, *not profit organization*, *non-profit venture*, *social enterprises*, *social firms*, dan lainnya akan ditulis tetap (hanya merubah huruf besar menjadi kecil).
3. Menghilangkan nama negara, nama daerah, nama tempat, istilah umum dan khusus dalam metode penelitian yang tidak relevan dengan tujuan penelitian namun ditemukan sering muncul berulang. Hal tersebut dilakukan

untuk mengurangi bias dalam cluster analysis dan pemaknaan kelompok *item* kata kunci. Misalnya, *case study*, China, Portugal, *survey*, *article*, *structural equation model*, *systematic literature review*, University of Hail, dan lainnya.

4. Menertibkan singkatan menjadi kepanjangan. Misalnya, SDGs menjadi ditulis “*sustainable development goals*”, SMEs menjadi “*small and medium enterprises*”, TPB menjadi “*theory of planned behavior*” atau ICT menjadi “*information and communication technology*”
5. Istilah yang sudah ditulis oleh penulis artikel atau kata kunci indeks dalam bentuk jamak, dirubah menjadi bentuk tunggal guna tercapainya konsistensi istilah. Misalnya, tertulis “*social enterprises*” menjadi “*social enterprise*”, “*social entrepreneurs*” menjadi “*social entrepreneur*”, dan “*sports*” menjadi “*sport*”.
6. Konsistensi pada istilah “*social entrepreneurial orientation*”. Karena itu, *social entrepreneurship orientation* dan *non-profit entrepreneurial orientation* berubah menjadi *social entrepreneurial orientation*.

Tahap meringkas dan melaporkan.

Tahap ini dijelaskan selanjutnya pada bagian hasil dan pembahasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

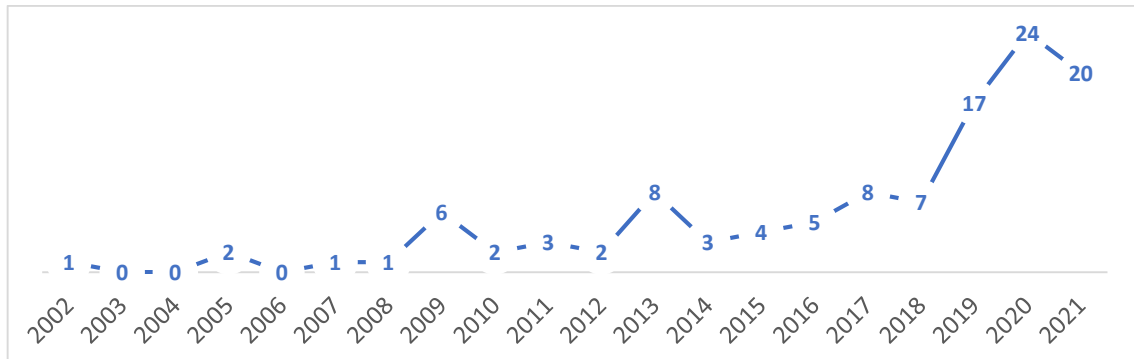
Peta Deskriptif Publikasi Ilmiah OE Dalam Konteks Organisasi Non-Profit

Gambar 2 menunjukkan bahwa sejak

tahun 2019 terjadi peningkatan tren publikasi. Bahkan pertengahan 2021 jumlah publikasi hampir menyamai produktivitas publikasi tahun 2020. Kondisi tersebut konsisten dengan observasi awal dimana peningkatan tren

publikasi pada tahun 2019 dan 2020 terindikasi sebagai dampak dari pasca variabel OES cukup baik dikonsepsikan oleh Kraus *et al.* (2017) dan Dwivedi & Weerawardena (2018).

Gambar 2. Grafik Dinamika Produktivitas Publikasi Per Tahun

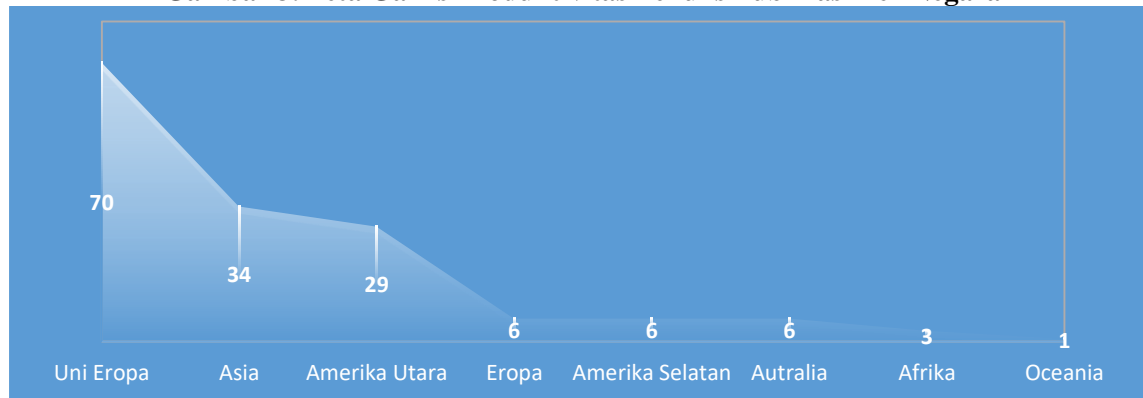


Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Selanjutnya berdasarkan sebaran pada setiap wilayah dan negara, penulis publikasi OES dari Uni Eropa secara agregat mendominasi publikasi ilmiah OES. Dominasi publikasi juga mengindikasikan tingginya kolaborasi untuk menghasilkan publikasi ilmiah antar negara di

dominasi dari Uni Eropa. Namun, jika per satuan negara Amerika merupakan negara yang terindikasi paling produktif mengkaji OES dan aktif berkolaborasi menghasilkan publikasi ilmiah di bidang OES.

Gambar 3. Peta Garfis Produktivitas Penulis Publikasi Per Negara



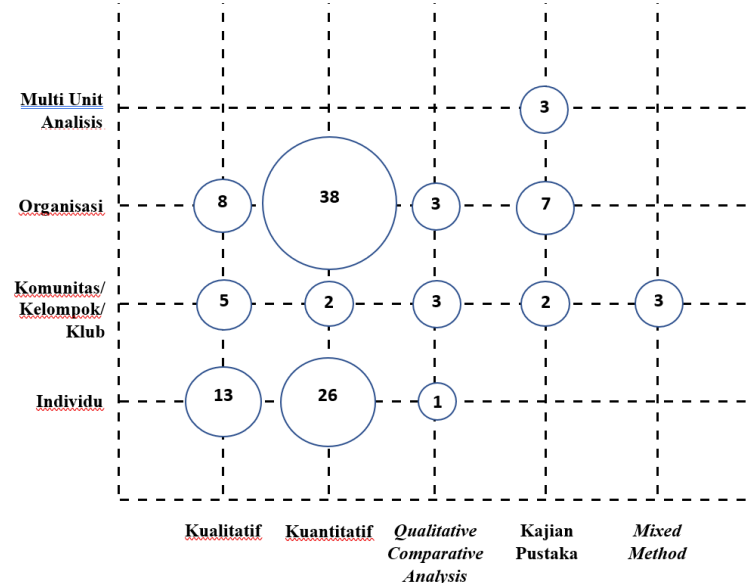
- Uni Eropa** Inggris (16), Spanyol (12), Jerman (9), Portugal (7), Italia (6), Belanda (5), Perancis (3), Estonia (3), Finlandia (2), Swedia (2), Austria (1), Belgia (1), Denmark (1), Slovenia (1), Polandia (1)
- Asia** Cina (8), Arab Saudi (5), India (4), Taiwan (4), Malaysia (4), Korea Selatan (3), Indonesia (2), Vietnam (1), Pakistan (1), Iran (1), Bangladesh (1),
- Amerika Utara** Amerika (27), Kanada (2)
- Eropa** Serbia (1), Kroasia (1), Bosnia-Herzegovina (1), Rusia (1), Turki (1), Swiss (1)
- Amerika Selatan** Brazil (4), Meksiko (1), Chili (1)
- Australia** Australia (6)
- Afrika** Afrika Selatan (1), Senegal (1), Kenya (1)
- Oceania** Selandia Baru (1)

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Berdasarkan unit analisis dan pendekatan penelitian yang dilakukan, pada Gambar 4 terlihat bahwa kajian tentang OES umum dilakukan di tingkat organisasi dan individu. Walaupun penelitian kuantitatif mendominasi, namun penelitian kualitatif dan pendekatan penelitian baru seperti QCA (*Qualitative Comparative Analysis*) juga sudah dilakukan.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa upaya untuk menindaklanjuti rekomendasi hasil riset kuantitatif dan upaya-upaya untuk mengenali OES dalam perspektif non-profit dengan karakteristiknya yang khas tengah serius untuk didalami dan dieksplorasi.

Gambar 4. Peta OES Berdasarkan Unit analisis dan Pendekatan Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Kompilasi dan Sintesa Dimensi Orientasi Entrepreneurial Sosial

Selanjutnya untuk memahami secara lebih komprehensif, pada bagian ini Penulis melakukan *Scoping Review* sebagai upaya mengkompilasi dan melakukan sintesa dimensi-dimensi OES pada tingkat individu dan OES pada tingkat kelompok/organisasi. Guna kebutuhan kompilasi dan sintesa, Penulis membagi dimensi OES dalam dua kategori, yaitu dimensi tradisi dan dimensi rekomendasi (Lampiran 1 dan Lampiran 2). Kategori tradisi merujuk pada Miller (1983) dan Covin & Slevin (1989) yaitu *innovativeness*, *proactiveness*, dan *risk taking* serta tambahan dua dimensi dari Lumpkin & Dess (1996) yaitu *competitive aggressiveness* dan *autonomy*. Kategori rekomendasi merupakan varian dimensi baru OE dalam konteks ES. *Scoping Review* dilakukan

dengan mengelompokkan setiap usulan dimensi yang memiliki makna serupa atau relevan dalam satu tema dimensi. Hasil *Scoping Review* pada Lampiran 1 dan Lampiran 2 diketahui bahwa:

1. Konsepsi varian baru dimensi OES teridentifikasi dalam rentang tahun 2009-2021. Varian baru dimensi OE dalam konteks ES ditemukan pada 11 peneliti OES di tingkat individu dan 15 peneliti pada tingkat organisasi. Peneliti OES pada tingkat individu dan organisasi lainnya konsisten dengan tiga atau lima dimensi OE sebagaimana digunakan dalam tradisi penelitian OES dalam *entrepreneurship* bisnis. Karena itu, penulis tidak dilibatkan dalam *scoping review*.
2. Dimensi OES pada tingkat individu dengan kategori rekomendasi ditemukan ada 34 dimensi dan pada tingkat organisasi

- ditemukan 32 dimensi dengan pelabelan baru. Beberapa peneliti tetap melibatkan dimensi OE tradisi baik pada tingkat individu maupun organisasi.
3. Pada tingkat individu maupun tingkat organisasi, pengelompokkan tema dimensi OES terbagi menjadi tujuh kelompok tema, yaitu Produsen kebajikan, Keinovatifan sosial, Keproaktifan sosial, Pengelolaan resiko sosial, *Social entrepreneurial self-efficacy*/ *Social Entrepreneurial Organizational Efficacy*, *Entrepreneurism* sosial, dan Pengasuhan.
 4. Dimensi Produsen kebajikan merujuk pada Kao (1993) yang menegaskan bahwa *entrepreneurial* dan tidak *entrepreneurial*-nya seseorang atau organisasi dapat dijelaskan dengan satu indikator, yaitu “*add value to society*”. Sociopreneur melakukannya dengan produktif mengerjakan “*social-value creation*” dan menjadi indikator utama yang membedakan entrepreneur bisnis dengan sociopreneur (Mort *et al.*, 2015; Marin, 2017). Produsen kebajikan disini diartikan sebagai perilaku yang berfokus pada “*social-value creation*” yang terindikasi dari misi sosial, produk sosial, program sosial atau aktivitas sosial yang secara produktif dibangun dan dikembangkan oleh para *sociopreneur* sebagai kebajikan personal (ditingkat individu) atau kebajikan bersama (ditingkat kelompok/club/organisasi) untuk didedikasikan pada peningkatan kualitas hidup masyarakat.
 5. Kelompok dimensi terkait keinovatifan, keproaktifan dan pengelolaan resiko merupakan tiga dimensi yang populer diteliti oleh peneliti OES di tingkat individu dan organisasi, baik dalam kategori tradisi maupun kategori rekomendasi. Mair & Marti (2006) menyatakan bahwa penerapan solusi dan pemikiran *entrepreneurial* pada permasalahan sosial tergantung pada “*persepsi sociopreneur*” atas kondisi dan situasi sosial dimana nilai-nilai sosial tertentu yang diharapkan terwujud belum terpenuhi oleh lembaga-lembaga yang sudah ada. Selain itu, individu atau organisasi yang mengemban misi sosial umum ditemui menghadapi keterbatasan sumber daya guna memenuhi misi sosialnya, rendahnya dukungan dari masyarakat atau stakeholder, konflik karena adanya keanekaragaman motivasi dan harapan, besarnya permasalahan sosial yang ditangani, mengantisipasi ketidakjelasan lingkungan dan masa depan atau tantangan keberlangsungan peran sosial di masyarakat. Dalam kesenjangan demikian, sociopreneur memahaminya sebagai peluang *entrepreneurial* yang dapat diselesaikan dengan cara proaktif memobilisasi sejumlah sumber daya, mengkolaborasikannya secara inovatif, serta mengelola resiko yang muncul.
 6. Penulis menemukan aspek *self-efficacy* pada OES di tingkat individu dan *organizational efficacy* pada OES ditingkat organisasi. Dalam konteks ES, *self-efficacy* dinyatakan sebagai *social entrepreneurial self-efficacy* (Bangsawan & Haseeb, 2020, Liu & Huang, 2020). *Social entrepreneurial self-efficacy* menurut Ramhan *et al.* (2014) adalah “*an individual’s belief to handle a particular social problem that is appropriate to its needs*”. Sedangkan *efficacy* pada organisasi adalah “*an aggregated judgment of an organization’s members about their sense of collective skills, sense of mission or purpose, and sense of resilience*” (Bohn, 2010)
 7. *Entrepreneurism* Sosial adalah ideology yang dianut dalam benak para *sociopreneur* untuk mengadopsi ES yang tercermin dalam aktivitas dan perilaku *entrepreneurial* selama mengemban misi sosial yang dijalankan. Penjelasan demikian berdasarkan Kao *et al.* (2002) yang mendefinisikan *entrepreneurism* sebagai “*an ideology proposed as a sensible alternative to capitalism on the one hand, and socialism on the other*”. Dalam konteks ES, *entrepreneurism* sosial pada tingkat organisasi didefinisikan Iizuka *et al.* (2018) sebagai “*a corporate activity with ideal objectives of solving problems in health, education, environment and other social aspects of a given population or location*”. Selanjutnya Liu (2009) menegaskan bahwa *entrepreneurism* merupakan “*the aggressive spirit to pursuit benefits*”. Dalam arti

demikian, *entrepreneurism* sosial memungkinkan *sociopreneur* untuk melibatkan mekanisme pasar untuk mencapai misi dan tujuan-tujuan sosialnya (Liu, 2009; Iizuka et al., 2018). Karena itu dimensi tradisi, yaitu *competitive aggressiveness* dan *autonomy* termasuk dalam kelompok tema *entrepreneurism* sosial.

8. Pengasuhan merupakan karakteristik khas perilaku strategis individu dan organisasi non profit dalam melakukan pelayanan sosial dan menyampaikan ide-ide sosial kepada para *stakeholder*. Hal tersebut merujuk pada Waters & Feneley (2013) dan Olinski & Szamrowski (2020) yang menemukan bahwa pengasuhan pada organisasi non-profit melibatkan hubungan pelayanan yang resiprokal. Dalam hubungan demikian, dedikasi dalam melayani masyarakat dan penghormatan pada norma sosial menjadi media efektivitas *sociopreneur* dalam pengasuhan.

Orientasi Entrepreneurial Sosial

Pada bagian ini disampaikan hasil analisis bibliometrik dengan metode analisis *co-occurrence*. *Bibliometrik* merupakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengeksplorasi pola terkini perkembangan publikasi ilmiah secara statistik dan obyektif (Kraus et al., 2020). Output analisis *co-occurrence* pada Tabel 6 menunjukkan bahwa dari 97 kata kunci yang terlibat, hanya tujuh kata kunci yang pertemuannya di atas 10 kali, yaitu Kinerja (28), *Entrepreneurship* sosial (24), *Entrepreneurship* (20), Orientasi *entrepreneurial* sosial (18), *Entrepreneur* (16), Organisasi non-profit (16) dan Perusahaan sosial (11). Informasi demikian mengindikasikan bahwa OES merupakan bidang kajian baru. Gambar 5b mengindikasikan bahwa trendnya dimulai tahun 2014. Tema riset baru yang terlihat dominan berwarna kuning pada Gambar 5b diantaranya adalah hubungan OES dengan *value creation*, inovasi sosial dan perusahaan sosial.

State of the Art Dalam Publikasi Ilmiah

Tabel 6. Output Analisis Co-occurrence

No	Kata Kunci	Occ.	TLS	No	Kata Kunci	Occ.	TLS	No	Kata Kunci	Occ.	TLS
1	<i>Entrepreneurial orientation</i>	68	256	34	<i>Commercial phenomena</i>	2	22	67	<i>Social entrepreneur</i>	5	13
2	<i>Performance</i>	28	143	35	<i>Financial performance</i>	2	22	68	<i>Autonomy</i>	2	12
3	<i>Social entrepreneurship</i>	24	94	36	<i>Sustainable development</i>	3	21	69	<i>Firm performance</i>	2	12
4	<i>Entrepreneurship</i>	20	82	37	<i>High risk behaviour</i>	2	20	70	<i>Management practice</i>	2	12
5	<i>Social entrepreneurial orient.</i>	18	79	38	<i>Human</i>	2	20	71	<i>Perform. of non-profit org.</i>	2	12
6	<i>Entrepreneur</i>	16	75	39	<i>Sport entrepreneurship</i>	4	20	72	<i>Resource based view</i>	2	12
7	<i>Non-profit organization</i>	16	69	40	<i>University</i>	3	20	73	<i>Stakeholder theory</i>	2	12
8	<i>Innovativeness</i>	9	65	41	<i>Finance</i>	2	19	74	<i>Network</i>	3	11
9	<i>Risk taking</i>	8	51	42	<i>Individual entrepreneurial orient.</i>	5	19	75	<i>Networking</i>	2	11
10	<i>Market orientation</i>	8	48	43	<i>Self-efficacy</i>	5	19	76	<i>Social entrepreneurial self-efficacy</i>	2	11
11	<i>Social enterprise</i>	11	46	44	<i>Social capital</i>	7	19	77	<i>Social science</i>	2	11
12	<i>Sustainability</i>	8	44	45	<i>Commerce</i>	2	18	78	<i>Education computing</i>	2	10
13	<i>Proactiveness</i>	5	42	46	<i>Leadership</i>	2	18	79	<i>Knowledge</i>	2	10
14	<i>Sport club</i>	7	41	47	<i>Economics</i>	2	16	80	<i>Market system</i>	2	10
15	<i>Economic and social effects</i>	5	37	48	<i>Entrepreneurship education</i>	5	16	81	<i>Value creation</i>	2	10
16	<i>Organizational performance</i>	6	37	49	<i>Funding</i>	3	16	82	<i>Family background</i>	2	9
17	<i>Social performance</i>	5	36	50	<i>Sport</i>	2	16	83	<i>Gender</i>	2	9
18	<i>Social mission</i>	6	32	51	<i>Entrepreneurial intention</i>	5	15	84	<i>Knowledge transfer</i>	2	9
19	<i>Performance assessment</i>	4	30	52	<i>Entrepreneurial university</i>	3	15	85	<i>Proactivity</i>	2	9

No	Kata Kunci	Occ.	TLS	No	Kata Kunci	Occ.	TLS	No	Kata Kunci	Occ.	TLS
20	<i>Risk management</i>	4	30	52	<i>Hierarchical system</i>	2	15	86	<i>Entrepreneurial activity</i>	2	8
21	<i>Social innovation</i>	7	30	54	<i>Nursing home</i>	2	15	87	<i>Entrepreneurial self-efficacy</i>	2	8
22	<i>Organization</i>	3	29	55	<i>Online</i>	2	15	88	<i>Strategic orientation</i>	2	8
23	<i>Society and institution</i>	4	27	56	<i>Social networking</i>	2	15	89	<i>Values</i>	2	8
24	<i>Innovation</i>	8	26	57	<i>Technology</i>	2	15	90	<i>Economic performance</i>	2	7
25	<i>Social network</i>	5	26	58	<i>Education</i>	3	14	91	<i>Entrepreneurial behaviour</i>	2	7
26	<i>Student</i>	6	26	59	<i>Management</i>	2	14	92	<i>Academic spin-off</i>	2	6
27	<i>University student</i>	8	26	60	<i>Social value creation</i>	2	14	93	<i>Corporate social responsibility</i>	2	6
28	<i>Knowledge management</i>	4	25	61	<i>Technology transfer</i>	2	14	94	<i>Entrepreneurialism</i>	3	6
29	<i>Organizational innovation</i>	3	25	62	<i>Third sector</i>	3	14	95	<i>Start-up</i>	2	6
30	<i>Social impact</i>	4	25	63	<i>E-learning</i>	3	13	96	<i>Profile</i>	2	5
31	<i>Industrial performance</i>	3	24	64	<i>Knowledge sharing</i>	3	13	97	<i>Donation</i>	2	2
32	<i>Social enterprise performance</i>	3	23	65	<i>Profitability</i>	3	13	<i>Occ. = Occurrences</i>			
33	<i>Spin-off</i>	5	23	66	<i>Social context</i>	3	13	<i>Link: 808 Total Link Strength (TLS): 1251</i>			

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Total Link Strength (TLS) adalah kekuatan kumulatif tautan kata kunci dengan kata kunci lainnya. Pada Tabel 6, kata kunci dengan nilai TLS yang lebih tinggi menunjukkan bahwa kata kunci tersebut memiliki kecenderungan lebih untuk muncul bersama dibandingkan dengan kata kunci dengan nilai TLS yang lebih rendah. Kesamaan topik dan kekuatan relatif diwakili oleh jarak antara dua

kata kunci seperti pada Gambar 4 dan Tabel 6. Berdasarkan analisis klaster, analisis tematis dilakukan pada Gambar 5a. Hasilnya adalah ada lima kelompok tema terkini publikasi ilmiah OE pada konteks sosial. Lingkaran dengan warna yang sama membentuk satu klaster menunjukkan kesamaan topik.

Tabel 7. Analisis Tema Klaster 1

No	Item Kata Kunci Pada Klaster 1	Occ.	TLS	Fokus Tema Utama dan Sub Tema
1	<i>Social entrepreneurship</i>	24	94	Fokus Tema Utama: <i>Entrepreneurship</i> Sosial
2	<i>Social entrepreneurial orientation</i>	18	79	Sub Tema 1:
3	<i>Innovativeness</i>	9	65	Dimensi orientasi entrepreneurial sosial
4	<i>Social innovation</i>	7	30	
5	<i>Organizational innovation</i>	3	25	Dihubungkan dengan hasil Scoping Review:
6	<i>Risk taking</i>	8	51	Produsen kebijakan (g, h, i)
7	<i>High risk behaviour</i>	2	20	Keinovatifan sosial (a, b, c)
8	<i>Proactiveness</i>	5	42	Keproaktifan sosial (f)
9	<i>Social mission</i>	6	32	Pengelolaan resiko sosial (d)
10	<i>Social value creation</i>	2	14	<i>Social Entrepreneurial Self-efficacy</i> (k)
11	<i>Social context</i>	3	13	<i>Entrepreneurism</i> sosial (e, j)
12	<i>Autonomy</i>	2	12	Pengasuhan (l)
13	<i>Social entrepreneurial self-efficacy</i>	2	11	
14	<i>Leadership</i>	2	18	
15	<i>Organization</i>	3	29	Sub Tema 2:
16	<i>Commercial phenomena</i>	2	22	Komersialisasi produk sosial dalam ES
17	<i>Human</i>	2	20	
18	<i>Nursing home</i>	2	15	

No	Item Kata Kunci Pada Klaster 1	Occ.	TLS	Fokus Tema Utama dan Sub Tema
19	<i>Third sector</i>	3	14	
20	<i>Financial performance</i>	2	22	Sub Tema 3: Indikator kinerja keuangan <i>entrepreneurial</i> dalam konteks sosial
21	<i>Funding</i>	3	16	
22	<i>Profitability</i>	3	13	
23	<i>Donation</i>	2	2	

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

Pada Klaster 1 (warna merah di Gambar 5a, 23 *item* kata kunci di Tabel 7), kata kunci yang memiliki nilai TLS tertinggi yang menjadi fokus tema utama (*hot spot*) adalah *social entrepreneurship*. Berdasarkan nilai TLS kata kunci yang terlibat dalam Klaster 1 dan kedekatan tema kata kunci, Penulis menganalisis ada tiga kelompok kata kunci yang menjadi sub fokus tema utama, yaitu dimensi OES, komersialisasi produk sosial dalam ES, dan indikator kinerja keuangan *entrepreneurial* dalam konteks sosial. Dengan demikian, tema besar pada Klaster 1 adalah “Pengaruh Orientasi *Entrepreneurial* Sosial Terhadap Kinerja Keuangan *Entrepreneurial* Melalui Komersialisasi Produk Sosial”. Temuan menarik pada Klaster 1 adalah output analisis kuantitatif *co-occurrence* pada Klaster 1, sub tema 1, menunjukkan adanya kecocokan dengan pengelompokan dimensi OES pada tingkat individu hasil analisis kualitatif dengan metode *scoping review*. Rujukan empiris penentuan tema pada kelompok kata kunci Klaster 1 berdasarkan pada Lacerda *et al.* (2020), Lumpkin *et al.* (2013) dan Davis *et al.* (2013)

Pada Klaster 2 (warna hijau di Gambar 5a, 23 *item*), kata kunci yang memiliki nilai TLS tertinggi adalah *Performance*. Selanjutnya teridentifikasi ada tiga kelompok kata kunci yang menjadi sub fokus tema utama, yaitu kinerja ekonomi dan kinerja sosial *sociopreneurship*, OES dan orientasi strategis *entrepreneur*, serta landasan teoritis membangun ekosistem inovasi sosial. Dengan demikian, tema besar pada Klaster 2 adalah “Pengaruh Orientasi Strategis Terhadap Kinerja Ekonomi dan Kinerja Sosial Organisasi Berorientasi *Entrepreneurial* Sosial Dalam Ekosistem Inovasi Sosial”. Rujukan empiris penentuan tema pada kelompok kata kunci Klaster 2 berdasarkan pada Cheah *et al.* (2019)

dan Gali *et al.* (2020).

Pada Klaster 3 (warna biru di Gambar 5a, 19 *item*), kata kunci yang memiliki nilai TLS tertinggi yang menjadi fokus tema utama pada Klaster 3 adalah *entrepreneurship*. Pada Klaster 3 teridentifikasi ada empat kelompok kata kunci yang menjadi sub tema, yaitu outcome perilaku berorientasi *entrepreneurial* para sociopreneur, profile pengelolaan perusahaan sosial, sociopreneurship pada club olah raga, dan *start-up* dalam *sociopreneurship*. Dengan demikian, tema besar pada Klaster 3 adalah “Orientasi *Entrepreneurial* Sosial Dalam Praktik *Sociopreneurship*”. Rujukan empiris penentuan tema pada kelompok kata kunci Klaster 3 berdasarkan pada Lumpkin *et al.* (2013), Bull & Whittam (2021) dan Rey-Martí *et al.* (2021).

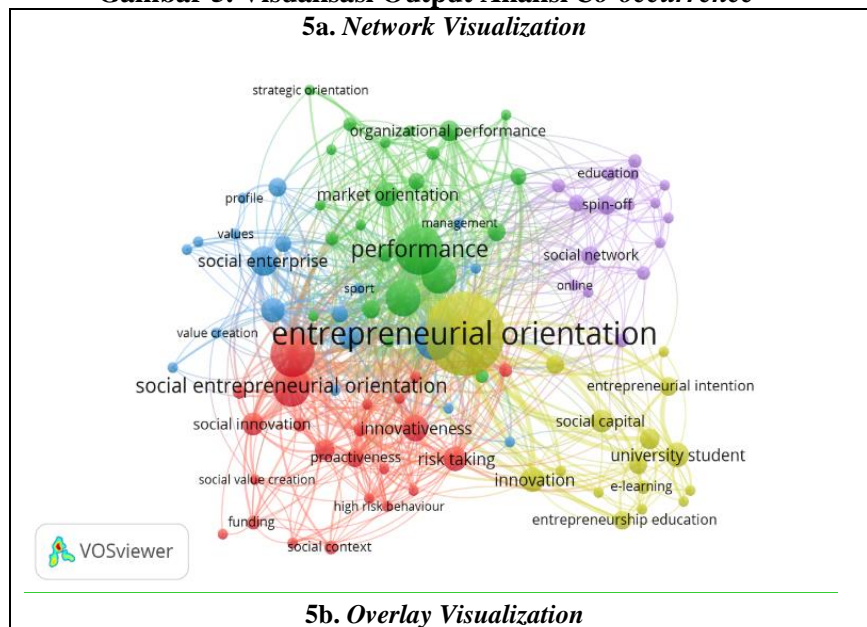
Pada Klaster 4 (warna kuning di Gambar 5a, 16 *item*), kata kunci yang memiliki nilai TLS tertinggi yang menjadi fokus tema utama pada Klaster 4 adalah *entrepreneurial orientation*. Berdasarkan nilai TLS kata kunci dan kedekatan tema kata kunci, Penulis menganalisis ada lima sub tema, namun tiga sub tema merupakan satu jenis. Masing-masing sub tema tersebut adalah faktor konsekuensi berorientasi *entrepreneurial*, faktor anteseden berorientasi *entrepreneurial* yaitu faktor pendidikan *entrepreneurship*, faktor personal, faktor modal sosial dan faktor demografis. Dengan demikian, tema besar pada Klaster 4 adalah “Faktor-Faktor Anteseden dan Konsekuensi Domain Strategis Orientasi *Entrepreneurial* Sosial”. Rujukan empiris penentuan tema pada kelompok kata kunci Klaster 4 berdasarkan pada Rahman *et al.* (2019).

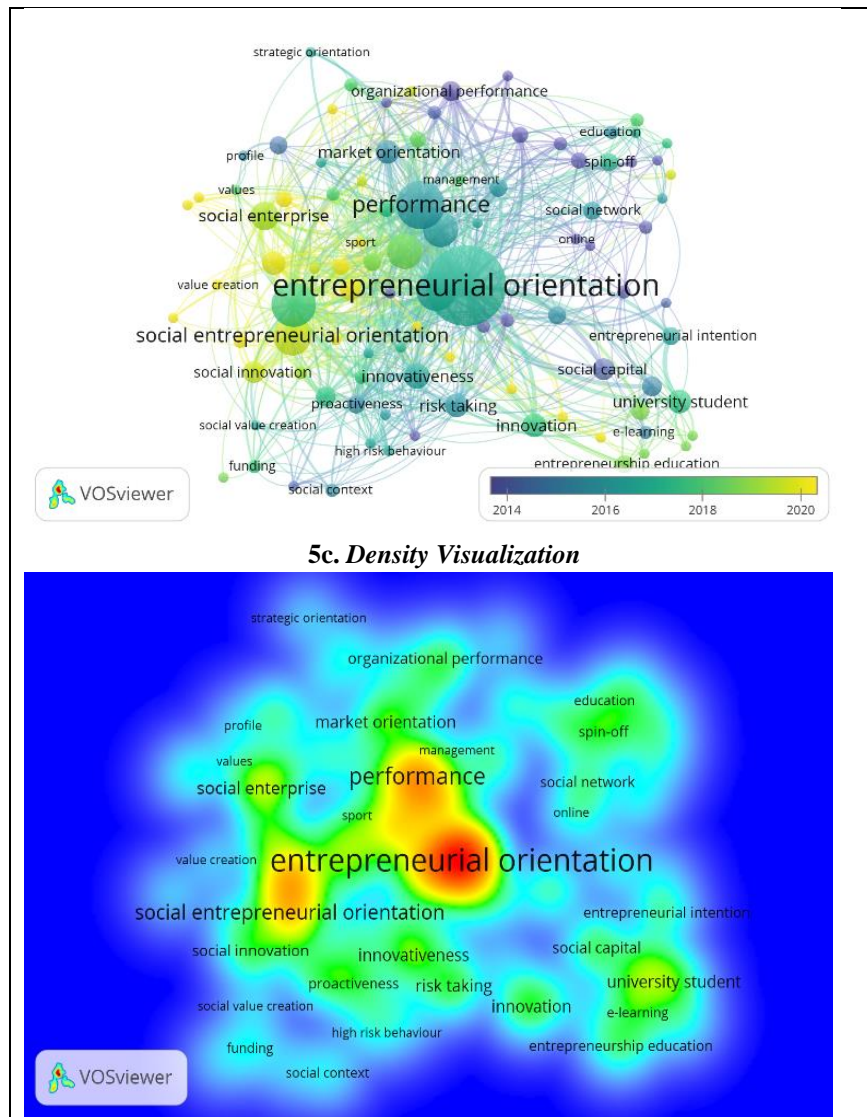
Pada Klaster 5 (warna ungu di Gambar 5a, 19 *item*), kata kunci yang memiliki nilai TLS tertinggi yang menjadi *hot spot* pada Klaster 5 adalah *social network*. Diikuti dengan kata kunci *knowledge management*. Penulis

mengidentifikasi bahwa adanya hubungan yang berdekatan antara kata kunci *social network* dan *knowledge management* terkait dengan *Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship* (Civera *et al.*, 2020). Konsisten dengan teori tersebut, Penulis selanjutnya mengidentifikasi terbentuknya sub tema pada Klaster 5 menjadi empat sub tema, yaitu manajemen pengetahuan dan infrastruktur manajemen pengetahuan, *spin-off* sebagai strategi *knowledge spillover*, universitas sebagai wadah *knowledge spillover* dan media online sebagai sarana mengembangkan jaringan dalam *knowledge spillover*. Hubungannya dengan kajian OES adalah OES meningkatkan

komunikasi internal dan eksternal dengan memanfaatkan teknologi online maupun offline dalam praktik *knowledge spillover* sehingga memungkinkan individu, kelompok atau organisasi untuk melakukan rekombinasi pengetahuan menjadi ide sosial baru (Fu, 2020). Dengan demikian, Fokus tema utama pada Klaster 5 adalah “OES Dalam *Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship*”. Rujukan empiris penentuan tema pada kelompok kata kunci Klaster 5 berdasarkan pada Civera *et al.* (2020), Soetanto & van Geenhuizen (2019) dan Fu (2020).

Gambar 5. Visualisasi Output Analisi Co-occurrence





5c. Density Visualization

Sumber: Output VOSviewer, diolah Peneliti (2021)

SIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, perkembangan terkini kajian OES walaupun masih baru namun kajiannya dapat dikatakan sudah maju. Hal tersebut terindikasi dari munculnya tujuh dimensi OE yang khas dalam ES yaitu Produsen kebajikan, Keinovatifan sosial, Keproaktifan sosial, Pengelolaan resiko sosial, *Social entrepreneurial self-efficacy* (pada tingkat individu)/*Social Entrepreneurial Organizational Efficacy* (pada tingkat organisasi), *Entrepreneurism* sosial, dan Pengasuhan. Selanjutnya, kondisi terkini OES mencakup lima tema besar, yaitu 1) Pengaruh orientasi *entrepreneurial* sosial terhadap kinerja

keuangan *entrepreneurial* melalui komersialisasi produk sosial, 2) Pengaruh orientasi strategis terhadap kinerja ekonomi dan kinerja sosial organisasi berorientasi *entrepreneurial* sosial dalam ekosistem inovasi sosial, 3) Orientasi *entrepreneurial* sosial dalam praktik *sociopreneurship*, 4) Faktor-faktor antededen dan konsekuen domain strategis orientasi *entrepreneurial* sosial dan 5) Orientasi *entrepreneurial* sosial dalam *knowledge spillover theory of entrepreneurship*. Hasil penelitian *synthetic scoping review* ini menunjukkan bahwa pemanfaatan sumber daya *entrepreneurial* tidak hanya mengandalkan sumber daya klasik yang *tangible*.

Sociopreneurship pada tingkat individu maupun organisasi secara strategis justru dominan menciptakan nilai sosial berbasis sumber daya *intangible*. OES sendiri merupakan sumber daya *intangible* pembentuk kemampuan personal dan sumber terbentuknya kapabilitas organisasi. Bersama dengan sumber daya pengetahuan meningkatkan aktivitas dan produk *entrepreneurial* para *sociopreneur*. Penelitian ini merekomendasikan penelitian lebih lanjut tentang dimensi OES yang diteliti dengan *format one-dimensional* atau *multi-dimensional*. Misalnya, dalam *structural equation model*, OES yang ditemukan dalam penelitian ini memberikan keleluasaan pada peneliti untuk merancang dengan model formatif atau model reflektif, sesuai dengan kebutuhan dan konteks dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alarifi, G. (2020, September). Does Profitability Matter in Determining Entrepreneurial Orientation and Performance of Social Enterprises?. In ECIE 2020 16th European Conference on Innovation and Entrepreneurship (p. 29). Academic Conferences limited.
- Alarifi, G., Robson, P., & Kromidha, E. (2019). The manifestation of entrepreneurial orientation in the social entrepreneurship context. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(3), 307-327.
- Alfirević, N., Vican, D., Pavičić, J., & Petković, S. (2018). Entrepreneurial orientation of school principals and principalship in Croatia and Bosnia & Herzegovina: Psychological, educational and social perspectives. *Revija za socijalnu politiku*, 25(1), 85-98.
- Al-Mamary, Y. H. S., Abdulrab, M., Alwaheeb, M. A., & Alshammari, N. G. M. (2020). Factors impacting entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia: testing an integrated model of TPB and EO. *Education+ Training*.
- Almeida, J., Daniel, A. D., & Figueiredo, C. (2019). Understanding the role of entrepreneurial orientation in junior enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2), 1-14.
- Al-Tabbaa, O., Ciulli, F., & Kolk, A. (2021). Nonprofit entrepreneurial orientation in the context of cross-sector collaboration. *British Journal of Management*, 32
- Argyrou, A., & Hummels, H. (2019). Legal personality and economic livelihood of the Whanganui River: a call for community entrepreneurship. *Water International*, 44(6-7), 752-768.
- Bangsawan, S., Haseeb, M., & Ms, M. (2020). A product of social mission, sustainable entrepreneurial and marketing orientation: enhancing social entrepreneurial self-efficacy in Indonesian education sector. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10(October), 163-178.
- Bargsted, M., Picon, M., Salazar, A., & Rojas, Y. (2013). Psychosocial characterization of social entrepreneurs: A comparative study. *Journal of social entrepreneurship*, 4(3), 331-346.
- Berzin, S., Pitt-Catsoupes, M., & Gaitan-Rossi, P. (2016). Innovation and sustainability: An exploratory study of intrapreneurship among human service organizations. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 40(5), 540-552.
- Bohn, J. G. (2010). Development and exploratory validation of an organizational efficacy scale. *Human Resource Development Quarterly*, 21(3), 227-251.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Bull, M., & Whittam, G. (2020). Sustainable value creation? Entrepreneurial orientations in the football industry. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27 (1), 27-44.
- Bhushan, B. (2018). Stimulated innovation cycle to serve the poor: A case of Mann Deshi Mahila Group. In *Social Entrepreneurship and Sustainable Business Models* (pp. 177-205). Palgrave Macmillan, Cham.
- Carmona, V. C., Martens, C. D. P., & de Freitas, H. M. R. (2020). Os antecedentes da orientação empreendedora em negócios sociais. *Revista de Empreendedorismo e*

- Gestão de Pequenas Empresas, 9(2), 71-96.
- Cătoi, I., Vrâncanu, D. M., & Filip, A. (2010). Setting fair prices—fundamental principle of sustainable marketing. *Amfiteatru Economic Journal*, 12(27), 115-128.
- Cheah, J., Amran, A., & Yahya, S. (2019). Internal oriented resources and social enterprises' performance: How can social enterprises help themselves before helping others?. *Journal of Cleaner Production*, 211, 607-619.
- Civera, A., Donina, D., Meoli, M., & Vismara, S. (2020). Fostering the creation of academic spinoffs: does the international mobility of the academic leader matter?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 439-465.
- Connor, J. A., Kadel-Taras, S., & Vinokur-Kaplan, D. (1999). The role of nonprofit management support organizations in sustaining community collaborations. *Nonprofit Management and Leadership*, 10(2), 127-136.
- Coombes, S. M. (2008). Boards of directors and nonprofit entrepreneurial orientation: Catalyst, inhibitor, or inconsequential?. *Journal of Management Studies*, 48(4), 829-856.
- Coombes, S. M., Morris, M. H., Allen, J. A., & Webb, J. W. (2011). Behavioural orientations of non-profit boards as a factor in entrepreneurial performance: does governance matter?. *Journal of Management Studies*, 48(4), 829-856.
- Corrêa, V. S., Carneiro-da-Cunha, J. A., Nassif, V. M. J., & Giglio, E. M. (2021). Relational influence on entrepreneurial orientation: an exploratory study of small religious enterprises in Brazil. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2020-0353>
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 855-872.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., & Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of management perspectives*, 24(3), 37-57.
- Davis, J. A., Marino, L. D., & Vecchiarini, M. (2013). Exploring the relationship between nursing home financial performance and management entrepreneurial attributes. In *Leading in health care organizations: Improving safety, satisfaction and financial performance*. Emerald Group Publishing Limited.
- do Adro, F., Fernandes, C. I., Veiga, P. M., & Kraus, S. (2021). Social entrepreneurship orientation and performance in non-profit organizations. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-28.
- Dwivedi, A., & Weerawardena, J. (2018). Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct. *Journal of Business research*, 86, 32-40.
- Eck, N. J., & Waltman, L. (2014). "Visualizing Bibliometric Networks," in *Measuring Scholarly Impact: Methods and Practice*, Y. Ding, R. Rousseau, and D. Wolfram, Eds. Cham: Springer International Publishing, 285–320.
- Franceško, M., Nedeljković, J., & Njegomir, V. (2021). Attitudes towards work, organizational values, and students' sociodemographic characteristics as predictors of entrepreneurial orientation. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-20.
- Fu, J. S. (2020). Understanding the Internal and External Communicative Drivers of Organizational Innovativeness. *Communication Research*, 0093650220981299.
- Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., & Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120230.

- Gali, N., Niemand, T., Shaw, E., Hughes, M., Kraus, S., & Brem, A. (2020). Social entrepreneurship orientation and company success: The mediating role of social performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120230.
- Garçon, M. M., Nassif, V. M. J., & de Lima, T. J. S. (2021). Individual social entrepreneurial orientation in Brazil: measurement and the predictive role of personal values and attitude toward social change. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Halberstadt, J., Niemand, T., Kraus, S., Rexhepi, G., Jones, P., & Kailer, N. (2021). Social entrepreneurship orientation: drivers of success for start-ups and established industrial firms. *Industrial Marketing Management*, 94, 137-149.
- Hazelton, L. M. (2013). Governance and stewardship in the aged care industry: evaluating a model for corporate social entrepreneurship: the relationship of board culture to entrepreneurial behaviour (Doctoral dissertation).
- Helm, S. T., & Andersson, F. O. (2010). Beyond taxonomy: An empirical validation of social entrepreneurship in the nonprofit sector. *Nonprofit Management and Leadership*, 20(3), 259-276.
- Home, D. L. C. (2009). Karya Mandiri Irrigation System: A Case of Long-enduring Irrigation Management Institutions in West Sumatra, Indonesia.
- Hu, Y., & Pang, X. (2013). Social entrepreneurial orientation and performance of nonprofit organizations: An empirical study in China. *Journal of Applied Sciences*, 13(19), 3989-3994.
- Iizuka, E. S., Larroudé-elisa, E. R. A., & Sousa-caiosousa, C. (2018). International Social Enterprises: A Conceptual Framework Based on Empirical Analysis and Academic Literature Review.
- Ismail, N. B., Osman, C. A., & Zain, Z. M. (2014, May). The Influence Of Personality Traits On Social Entrepreneurial Value Creation. In 2nd Asean Entrepreneurship Conference, Shangri-La Rasa Sayang Resort, Penang, Malaysia (Vol. 17, pp. 1-8).
- Kalar, B., & Antoncic, B. (2015). The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries. *Technovation*, 36, 1-11.
- Kamau-Maina, R. (2009). Encouraging youth entrepreneurship: The role of institutional environments and learning experiences. *International Journal of Knowledge, Culture and Change Management*, 9(10), 107-118.
- Kang, C. (2016). Two China models and local government entrepreneurship. *China: An International Journal*, 14(3), 16-28.
- Kao, R. 1993. Defining entrepreneurship, past and present. *Creativity and Innovation Management*, 2.
- Kao, R. W., Kao, K. R., & Kao, R. R. (2002). From the Entrepreneur to Entrepreneurism: The Evolution of Entrepreneurial Thoughts. *World Scientific Book Chapters*, 29-47.
- Kokol, P. (2018). Data Mining in Health Care: A Synthetic Scoping Review. Available at SSRN 3268368.
- Kraus, S., Li, H., Kang, Q., Westhead, P., & Tiberius, V. (2020). The sharing economy: a bibliometric analysis of the state-of-the-art. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Kraus, S., Niemand, T., Halberstadt, J., Shaw, E., & Syrjä, P. (2017). Social entrepreneurship orientation: development of a measurement scale. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Lacerda, F. M., Belfort, A. C., & Martens, C. D. P. (2015). Manifestation of entrepreneurial orientation on a nonprofit organization. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 4(2), 66-96.
- Lacerda, M. F., Martens, D. P. C., & Freitas, M. R. H. (2020). Nonprofit entrepreneurial orientation: A systematic literature review and conceptual framework. *Nonprofit Management and Leadership*, 30(4), 677-692.
- Lehtimäki, H., Sengupta, S., Piispanen, V. V., &

- Henttonen, K. (2021). Social entrepreneurship as sustainability agency. In *Research Handbook of Sustainability Agency*. Edward Elgar Publishing.
- Linde, K., & Willich, S. N. (2003). How objective are systematic reviews? Differences between reviews on complementary medicine. *Journal of the royal society of medicine*, 96(1), 17-22.
- Liu, C. H. S., & Huang, C. E. (2020). Discovering differences in the relationship among social entrepreneurial orientation, extensions to market orientation and value co-creation—The moderating role of social entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 97-106.
- Liu, X. (2009) Guxiu Incident, Sumptuary Ethos and Entrepreneurism. http://aacs.cuny.cuny.edu/2009conference/Xiaoyi_Liu.doc.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T., Moss, T. W., Gras, D. M., Kato, S., & Amezcua, A. S. (2013). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all?. *Small Business Economics*, 40(3), 761-783.
- Lurtz, K., & Kreutzer, K. (2017). Entrepreneurial orientation and social venture creation in nonprofit organizations: The pivotal role of social risk taking and collaboration. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 46(1), 92-115.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Marin, A. (2017). Value creation through sense making: social entrepreneurship for local sustainable development. *Projectics/Proy ctica/Projectique*, (3), 89-106.
- McCaffrey, M., & Salerno, J. T. (2011). A theory of political entrepreneurship. *Modern Economy*, 2(4), 552-560.
- McKelvie, A., Haynie, J. M., & Gustavsson, V. (2011). Unpacking the uncertainty construct: Implications for entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 273-292.
- Meredyth, D., Hopking, L., Ewing, S., & Thomas, J. (2002). Measuring social capital in a networked housing estate.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2011). Governance, social identity, and entrepreneurial orientation in closely held public companies. *Entrepreneurship Theory and practice*, 35(5), 1051-1076.
- Mintrom, M. (2019). So you want to be a policy entrepreneur?. *Policy design and practice*, 2(4), 307-323.
- Morris, M. H., Coombes, S., Schindehutte, M., & Allen, J. (2007). Antecedents and outcomes of entrepreneurial and market orientations in a non-profit context: Theoretical and empirical insights. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 12-39.
- Morris, M. H., Webb, J. W., & Franklin, R. J. (2011). Understanding the manifestation of entrepreneurial orientation in the nonprofit context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 947-971.
- Mort, G. S., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. *International journal of nonprofit and voluntary sector marketing*, 8(1), 76-88.
- Mort, G. S., Weerawardena, J., Sargeant, A., & Bennett, R. (2015). Social entrepreneurship and value creation in not-for-profit organizations. In *Marketing in transition: Scarcity, globalism, & sustainability* (pp. 372-376). Springer, Cham.
- Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2017). Social entrepreneurship in an Islamic context. In *Entrepreneurship and Management in an Islamic Context* (pp. 143-158). Springer, Cham.
- Naveed, M., Zia, M. Q., Younis, S., & Shah, Z.

- A. (2021). Relationship of individual social entrepreneurial orientations and intentions: role of social entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Nobile, D., & Husson, J. (2016). Entrepreneurial orientation in local authorities: A case study of the health care network in Lorraine. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 15(2), 177-190.
- Ochs, H. L. (2012). Philanthropic social ventures: A framework and profile of the emerging field. *Journal of Public Management & Social Policy*, 18(1), 3-25.
- Olinski, M., & Szamrowski, P. (2020). Using Websites to Cultivate Online Relationships: The Application of the Stewardship Concept in Public Benefit Organizations. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 1-28.
- Pearce, J. A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship Theory and practice*, 34(1), 219-248.
- Pinheiro, P., Daniel, A., & Moreira, A. (2021). Social Enterprise Performance: The Role of Market and Social Entrepreneurship Orientations. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(1), 45-60.
- Purnomo, M. (2021). State Of The Art 'Entrepreneur+Sufiks': Sebuah Studi Pemetaan Sistematis (State of the Art of 'Entrepreneur+Suffixes': A Systematic Mapping Study). *Sawerigading*, 27 (1), 107-116.
- Purzer, S., Fila, N., & Nataraja, K. (2016). Evaluation of Current Assessment Methods in Engineering Entrepreneurship Education. *Advances in Engineering Education*, 5(1), n1.
- Rahman, R., Kutty, F., & Othman, N. (2019). Gender and family background as antecedents on the social entrepreneurial strategic domain of university students. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 7(6), 336-346.
- Rey-Martí, A., Díaz-Foncea, M., & Alguacil-Marí, P. (2021). The determinants of social sustainability in work integration social enterprises: the effect of entrepreneurship. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 929-947.
- Sangvikar, B., Pawar, A. and Kolte, A.(2019). The Gains of Group Entrepreneurship Development: Analyzing the Employment Dimensions of Self Help Groups in India. *International Journal on Emerging Technologies*, 10(3), 345-351.
- Sastre-Castillo, M. A., Peris-Ortiz, M., & Danvila-Del Valle, I. (2015). What is different about the profile of the social entrepreneur?. *Nonprofit Management and Leadership*, 25(4), 349-369.
- Satar, M. S., & Natasha, S. (2019). Individual social entrepreneurship orientation: towards development of a measurement scale. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13 (1), 49-72.
- Schmidt, H. J., Baumgarth, C., Wiedmann, K. P., & Lückenbach, F. (2015). Strategic orientations and the performance of Social Entrepreneurial Organisations (SEOs): A conceptual model. *Social Business*, 5(2), 131-155.
- Soetanto, D., & van Geenhuizen, M. (2019). Life after incubation: The impact of entrepreneurial universities on the long-term performance of their spin-offs. *Technological Forecasting and Social Change*, 141, 263-276.
- Sud, M., VanSandt, C. V., & Baugous, A. M. (2009). Social entrepreneurship: The role of institutions. *Journal of business ethics*, 85(1), 201-216.
- Sulphey, M. M., & Salim, A. (2020). Development of a tool to measure social entrepreneurial orientation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Svensson, P. G., Andersson, F. O., & Faulk, L. (2020). Organizational capacity and entrepreneurial behavior. *Nonprofit Management and Leadership*. doi:10.1002/nml.21407
- Syrjä, P., Puumalainen, K., Sjögrén, H.,

- Soininen, J., & Durst, S. (2013). Entrepreneurial orientation in social entrepreneurship. In ISPIIM Conference Proceedings (p. 1). The International Society for Professional Innovation Management (ISPIM).
- Tan, W. L., & Yoo, S. J. (2015). Social entrepreneurship intentions of nonprofit organizations. *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(1), 103-125.
- Toker, K. (2021). From Social Sustainability to Social Entrepreneurship: A Path for Social Value Creation. In *Creating Social Value Through Social Entrepreneurship* (pp. 1-31). IGI Global.
- Tu, B., Bhowmik, R., Hasan, M., Asheq, A. A., Rahaman, M., & Chen, X. (2021). Graduate Students' Behavioral Intention of toward Social Entrepreneurship: Role of Social Vision, Innovativeness, Social Proactiveness, and Risk Taking. *Sustainability*, 13(11), 6386.
- Turpin, A., & Shier, M. L. (2019). Social Entrepreneurial Orientation in Human Service Organizations: A Scoping Review. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 1-25.
- Voss, Z. G., Voss, G. B., & Moorman, C. (2005). An empirical examination of the complex relationships between entrepreneurial orientation and stakeholder support. *European journal of Marketing*.
- Waters, R. D., & Feneley, K. L. (2013). Virtual stewardship in the age of new media: have nonprofit organizations' moved beyond Web 1.0 strategies?. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 18(3), 216-230.
- Weerakoon, C., McMurray, A. J., Rametse, N., & Arenius, P. (2020). Knowledge creation theory of entrepreneurial orientation in social enterprises. *Journal of Small Business Management*, 58(4), 834-870.
- Wolfswinkel, J. F., Furtmueller, E., & Wilderom, C. P. (2013). Using grounded theory as a method for rigorously reviewing literature. *European journal of information systems*, 22(1), 45-55.
- Yangcheng, H. U. (2010). An Empirical Study on the Impacts of Organizational Innovation on Performance of Nonprofit Organizations [J]. *Science of Science and Management of S. & T*, 5.
- Zhang, D. D., & Swanson, L. A. (2014). Linking social entrepreneurship and sustainability. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(2), 175-191.

Lampiran 1. Kompilasi & Sintesa Dimensi OES Pada Tingkat Individu

No	Penulis	Dimensi																																													
		Tradisi					Rekomendasi																																								
		I N	P A	R T	C A	A N	P K					K I S				K P S		P R S						S E S E					S E I S M							P A											
							S M	S T	R E	S T	S I	C T	O C	D B	S P	S R	R M	A R	S F	R P	I L	C T	O	E S	E O	S E	P S	C O	S O	S E	E I	D E	A T	A B	E T	E O	M B	C F	J A	S N	L D	C V					
1	Tu et al. (2021)	V		V										V																																	
2	Garçon et al. (2021)									V				V	V																																
3	Franceško et al. (2021)																																														
4	Corrêa et al. (2021)	V	V		V	V																																									
5	Al-Mamary et al. (2020)	V	V	V	V	V																																									
6	Liu & Huang (2020)	V	V				V	V																																							
7	Almeida et al. (2019)	V	V	V																																											
8	Alfirević et al. (2018)	V							V			V		V																																	
9	Sastre-Castillo et al. (2015)								V			V																																			
10	Bargsted et al. (2013)		V																																												
11	Kamau-Maina (2009)																																														
		Nomor Dimensi Rekomendasi					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34							
Kategori Tradisi:																																															
IN= Innovativeness/Innovation; PA=Proactiveness/Proactivity; RT= Risk Taking; CA= Competitive Aggressiveness; AN= Autonomy																																															
Kategori Rekomendasi:																																															
1. PK (Produsen Kebajikan), mencakup dimensi dengan istilah SM= Social Mission; ST= Sustainability; STC= Self-transcend; RES= Responsible																																															
2. KIS (Keinovatifan Sosial), mencakup dimensi dengan istilah SIN= Social Innovativeness/Social Innovation; OC= Openness to Change; CT= Creative																																															
3. KPS (Keproaktifan Sosial), mencakup dimensi dengan istilah SPA= Social Proactiveness/Social Proactivity; DBC= Develop Business Contact																																															
4. PRS (Pengelolaan Resiko Sosial), mencakup dimensi dengan istilah SRP= Social Risk Propensity; RM= Risk Management; RP= Risk Propensity; AR= Accept Risk; SFI= Skilled in Financial Issues; ILC= Internal Locus of Control; CTO= Control the Process																																															
5. SESE (Social Entrepreneurial Self-efficacy), mencakup dimensi dengan istilah ESE= Entrepreneurial Self-efficacy; EO= Effectual Orientation; SEF= Self-efficacy; PS= Problem Solver; COM=Communication; SOR= Success Orientation; SEN= Self-enhancement																																															
6. SEISM (Social Entrepreneurism), mencakup dimensi dengan istilah EI= Entrepreneurial Intention; DE= Desirability of Entrepreneurship; ATB= Attitudes Towards Behaviour; ATE= Attitude Toward Entrepreneurship; EEO= Evaluate Entrepreneurial Opportunities; MBO= Market-based Offers; CF= Competitive Focus; JA= Job Autonomy.																																															
7. PA (Pengasuhan), mencakup dimensi dengan istilah SN= Social Norms; CV= Conservation; LDS= Leadership																																															

Lampiran 2. Kompilasi dan Sintesa Dimensi OES Pada Tingkat Kelompok/Komunitas/Club/Organisasi

No	Penulis	Dimensi Dalam Penelitian Terdahulu																																						
		Tradisi					Rekomendasi																																	
		I N	P A	R T	C A	A N	P K					K I S				K P S				P R S							S E O E				S E I S M				P A					
							S N	S M	S M O	I Q L	F G	S I	S E I N	R I	I N C	S E P A	S P A	S P B	R P A	S R	R A	O S R	S E R T	R R M	R M	G S M	P O	A C O	C O L	I C	E F O	O X	U C	R M O		P S	C O N	R E C	D L R	
1	Pinheiro et al. (2021)	V	V	V			V																																	
2	Bull & Whittam (2021)	V																																						
3	do Adro et al. (2021)									V						V				V																				
4	Al-Tabbaa et al. (2021)													V						V																				
5	Rey-Martí et al. (2021)		V	V										V																										
6	Alarifi et al. (2019)											V				V																								
7	Syrjä et al. (2019)	V	V	V				V																																
8	Alfirević et al. (2018)	V	V															V																						
9	Dwivedi & Weerawardena (2018)	V	V																																					
10	Lurtz & Kreutzer (2017)	V	V																																					
11	Kraus et al. (2017)							V																																
12	Nobile & Husson (2016)	V	V	V																																				
13	Kalar & Antoncic (2015).																																							
14	Hu & Pang (2013)	V	V	V																																				
15	Lumpkin et al. (2013)	V	V	V	V	V																																		
	Nomor Dimensi Rekomendasi						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32		
Kategori Tradisi: IN= Innovativeness/Innovation; PA=Proactiveness/Proactivity; RT= Risk Taking; CA= Competitive Aggressiveness; AN= Autonomy																																								
Kategori Rekomendasi: 1. PK (Produsen Kebajikan), mencakup dimensi dengan istilah SN= Socialness; SM= Social Mission; SMO= Social Mission Orientation; IQL= Improving Quality of Life; FG=Future Generation 2. KIS (Keinovatifan Sosial), mencakup dimensi dengan istilah SI= Social Innovation/Social Innovativeness; SEIN= Social Enterprises Innovativeness; RI= Relational Innovativeness; INC= Innovation Capacity 3. KPS (Keproaktifan Sosial), mencakup dimensi dengan istilah SEPA= Social Enterprises Proactive; SPA= Social Proactiveness; SPB= Supported Proactive Behaviour; RPA= Relational Proactiveness 4. PRS (Pengelolaan Resiko Sosial), mencakup dimensi dengan istilah SR= Social Risk; RA= Risk Acceptance; OSR= Out-Sourcing Risk; SERT= Social Enterprises Risk Taking; RRM= Relational Risk Management; RM= Risk Management; PO= Policies GSM= Governance & Stakeholder Management 5. SEOE (Social Entrepreneurial Organizational Efficacy), mencakup dimensi dengan istilah ACO= Active Co-operation; COL= Collaboration; IC= Industry Collaboration; EFO= Effectual Orientation 6. SEISM (Social Entrepreneurism), mencakup dimensi dengan istilah OX= Opportunity Exploitation; UC= Unconventionality; RMO= Research Mobilization; PS= Persistence; CON= Continuity 7. PA (Pengasuhan), mencakup dimensi dengan istilah REC= Reciprocal; DLR= Dedication to Local Authority & Resident																																								

